BBVA Research

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de diciembre de 2022

Creando Oportunidades

Mensajes principales

- El Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research (elaborado sobre la base del gasto, corregido por inflación, con tarjetas y retiros de efectivo):
  - Se desaceleró en diciembre a 3,8% (8,9%: noviembre), en particular, el gasto se contrajo en la segunda semana del mes, lo que coincide con la ola de protestas luego del 7 diciembre (ver diapositiva 5).
  - Un análisis secuencial (con la serie desestacionalizada) muestra un estancamiento del indicador en diciembre respecto al mes previo (ver diapositiva 6).
  - En todo el año 2022, el crecimiento de Índice Big Data de Consumo fue de 8,4% (26,4% en 2021) (ver diapositiva 6).
- En diciembre, destacó el crecimiento de las compras con tarjetas (15% interanual), con lo que mantuvo una participación de alrededor de 42%. Al interior de las compras con tarjetas, el canal *on line* mostró nuevamente un alto crecimiento (31% interanual) (ver diapositiva 7 y 8).
- En diciembre de este año, el gasto (ajustado por inflación) por rubros mostró lo siguiente (ver diapositivas 10 a 14):
  - Se desaceleraron los gastos relacionados a Alimentos (tanto dentro como fuera del hogar), Salud, Transporte, Entretenimiento, y Moda y Belleza.
  - Gastos en Excursiones y Viajes ganaron dinamismo, en tanto que en Alojamiento se mantuvo en terreno negativo.
  - Considerando la participación en el gasto total, respecto al año previo, creció la importancia del gasto relacionado a alimentos, entretenimiento y turismo, mientras se redujo en Bienes y Servicios para el Hogar y en Salud.
  - Los gastos acumulados durante 2022 en Entretenimiento, Restaurantes y Viajes fueron los más dinámicos.
  - Todos los principales grupos de gasto ya se ubican por encima de sus niveles pre-pandemia (en términos reales).
- En el cuarto trimestre de 2022, el Índice Big Data de Consumo para Perú de BBVA Research mostró una recuperación respecto del trimestre anterior (ver diapositiva 16). Esto anticipa que la var.% interanual del consumo privado agregado se habría acelerado en los últimos tres meses parte del año pasado (a pesar de la desaceleración de diciembre).

BBVA Research

Índice

01 Índice Big Data de Consumo agregado

02 Índice Big Data de Consumo por rubros

03 Índice Big Data de Consumo y Consumo privado

BBVA Research

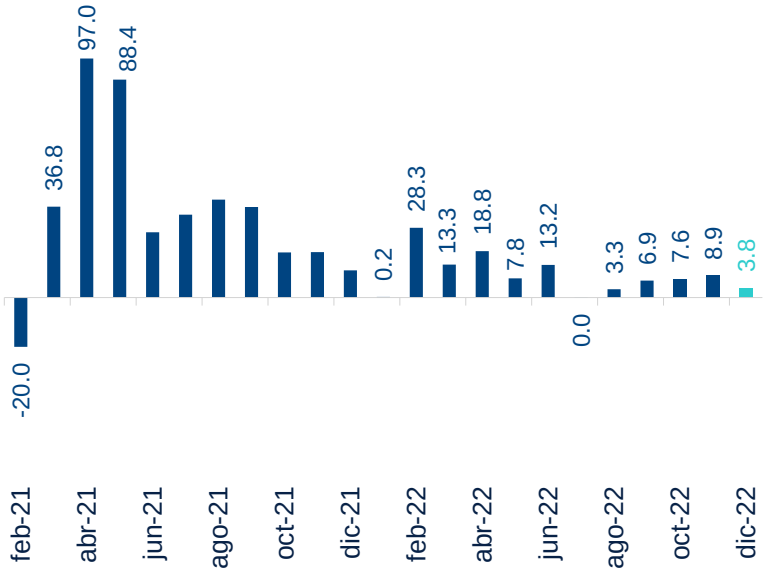
01

Índice Big Data de Consumo agregado

Creando Oportunidades

Gasto de familias se desaceleró en diciembre a 3,8% (8,9%: noviembre), en parte, por el menor gasto durante la segunda semana del mes

ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO [1]
(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

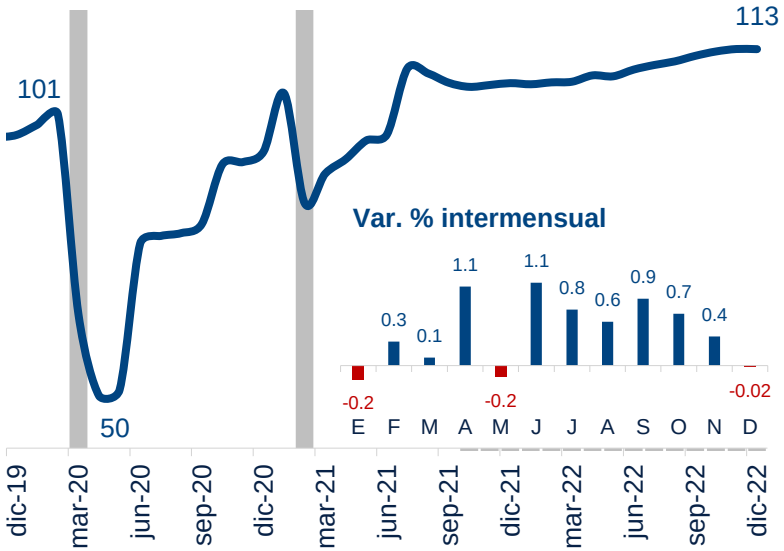


ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO [1]
(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES, PROMEDIO 7 DÍAS)

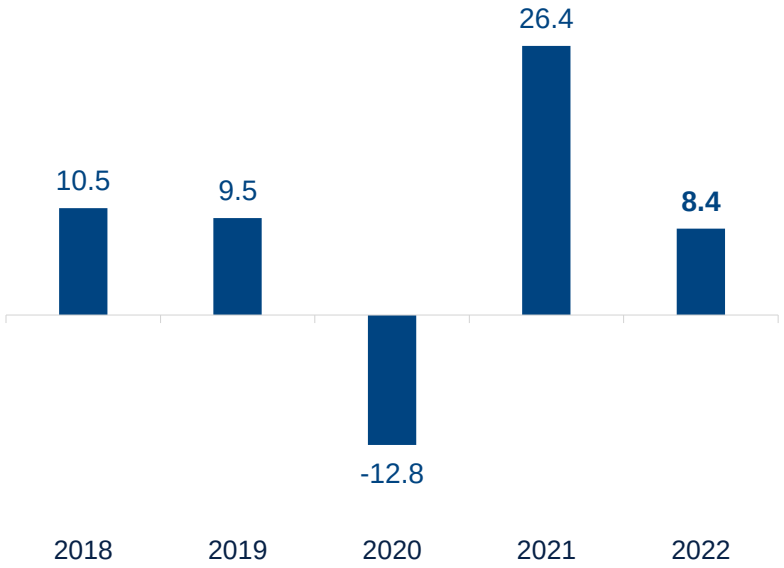
1: Información diaria al 31 de diciembre de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.
Fuente: BBVA

Análisis secuencial (con la serie desestacionalizada) muestra que el Índice Big Data de Consumo se estancó en diciembre. Crecimiento en 2022 fue 8,4%

ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO DESESTACIONALIZADO
(ÍNDICE: PRIMER BIMESTRE 2020 = 100)



ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO [1]
(VAR. % ANUAL, EN TÉRMINOS REALES)

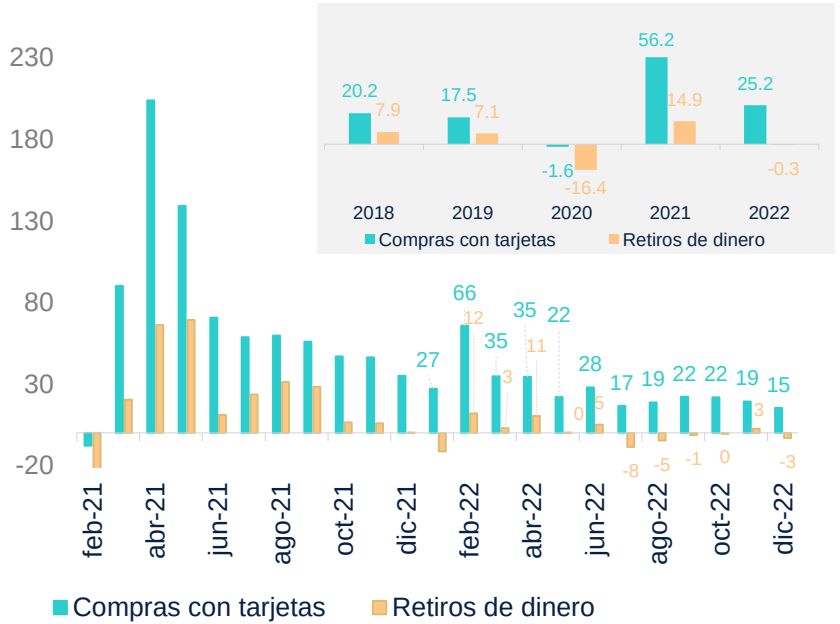


1: Información diaria al 31 de diciembre de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.
Fuente: BBVA

En diciembre, destacó el crecimiento de las compras con tarjetas (15%), con lo que mantuvo una participación de alrededor de 42%

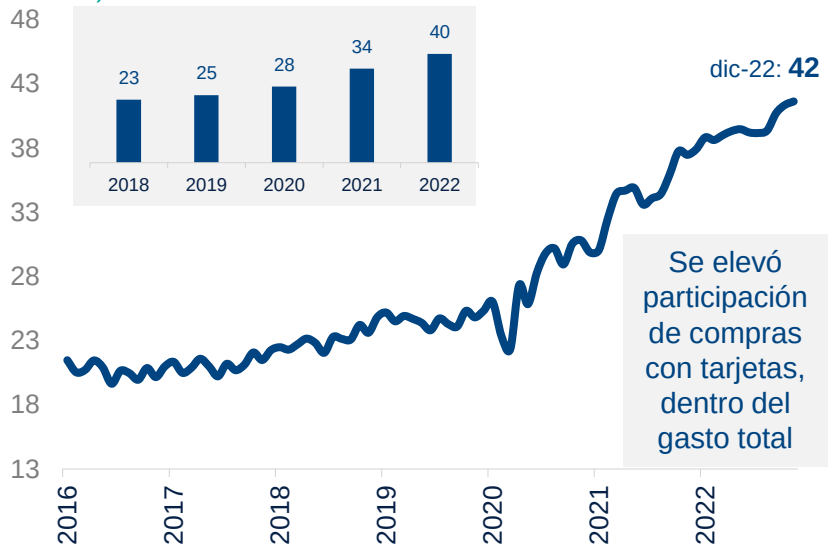
ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO POR COMPONENTES [1]

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



COMPRAS HECHAS CON TARJETAS COMO PORCENTAJE DEL GASTO TOTAL[1]

(% RESPECTO AL GASTO TOTAL QUE INCLUYE RETIROS DE DINERO)



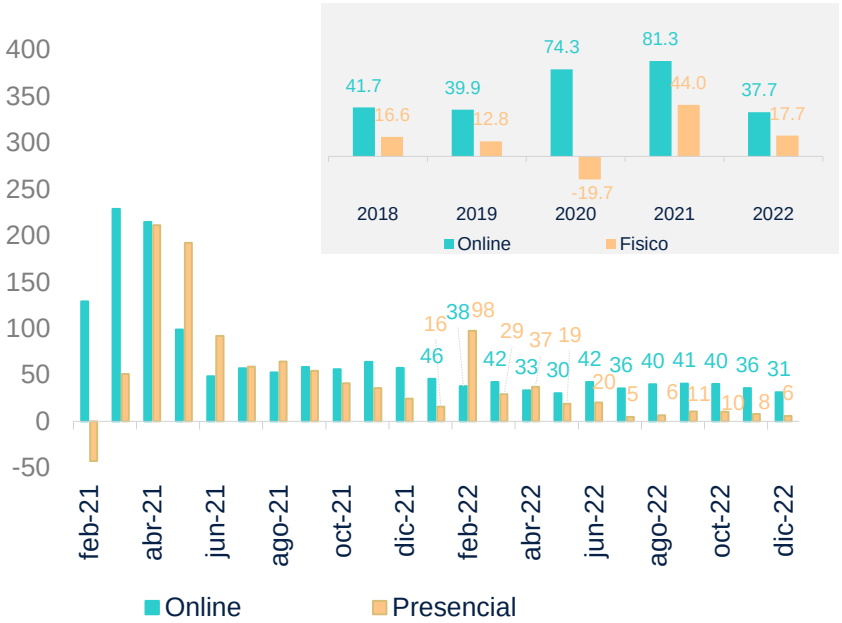
1: Información diaria al 31 de diciembre de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.

Fuente: BBVA

Al interior de las compras con tarjetas, en diciembre, el canal *on line* mostró un alto crecimiento (31%) y tuvo una participación de 43%

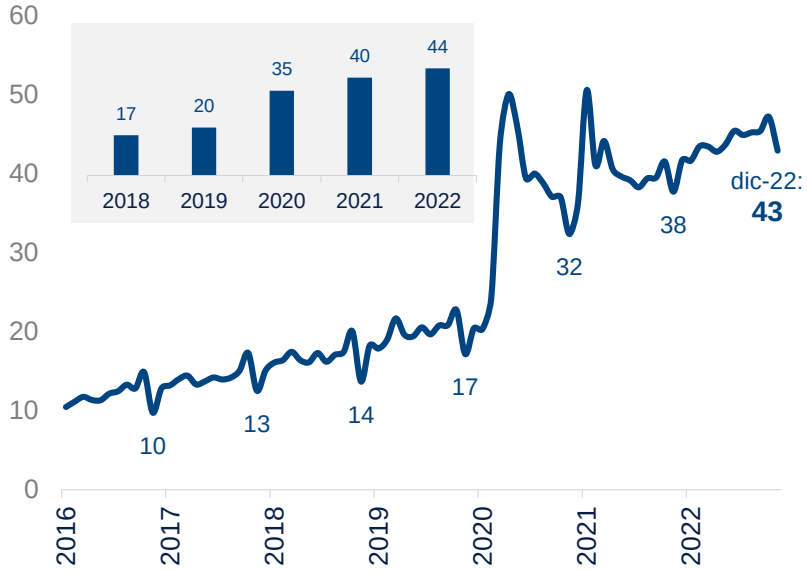
COMPRAS CON TARJETAS POR CANAL [1]

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE[1]

(% DE LAS COMPRAS HECHAS CON TARJETAS QUE INCLUYE COMPRAS PRESENCIALES)



1: Información diaria al 31 de diciembre de 2022. Se utiliza información de los montos de compras con tarjetas de crédito y débito que realizan las familias y los retiros de dinero a través de cajeros y ventanilla. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.

Fuente: BBVA

BBVA Research

02

Índice Big Data de Consumo por rubros: diciembre 2022

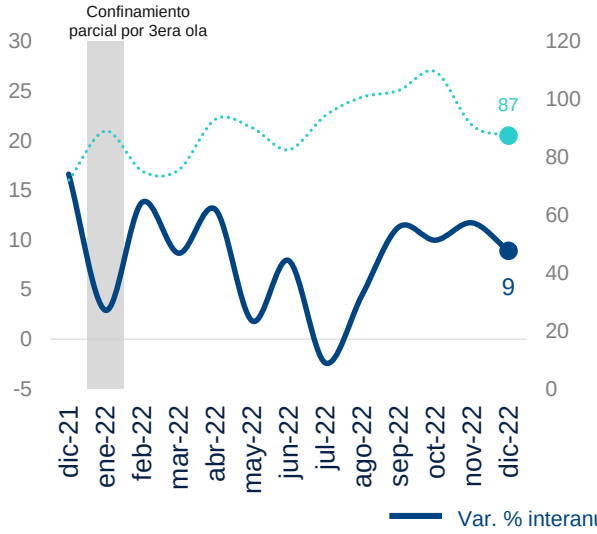
Creando Oportunidades

En diciembre, gastos relacionados a Alimentos y a Salud disminuyeron su ritmo de expansión interanual

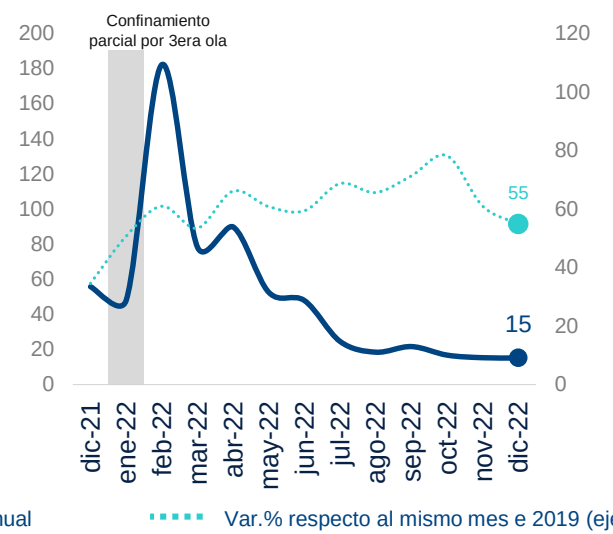
COMPRAS CON TARJETAS [1]

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

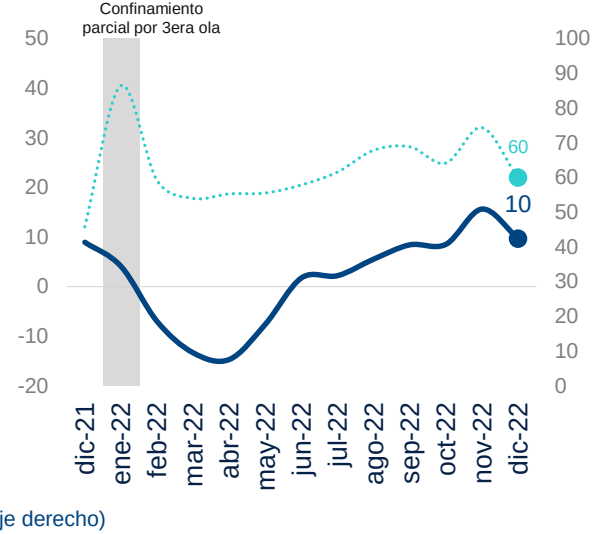
SUPERMERCADOS



RESTAURANTES



FARMACIAS Y BOTICAS



Var. % interanual

Var.% respecto al mismo mes e 2019 (eje derecho)

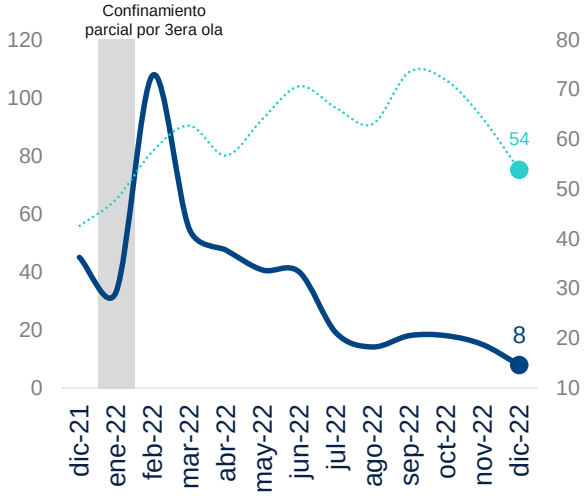
1: Información al 31 de diciembre 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.
3: Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión.
Fuente: BBVA

Gastos en Transporte, Entretenimiento, y Moda y Belleza se desaceleraron

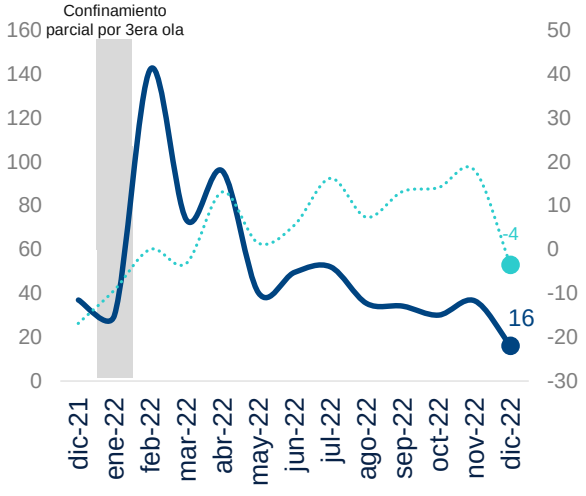
COMPRAS CON TARJETAS [1]

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

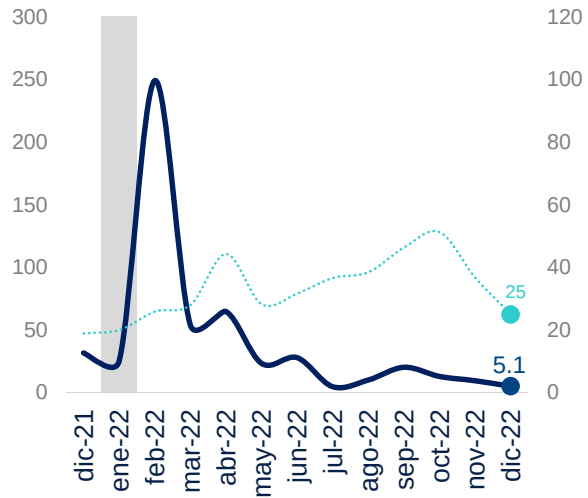
TRANSPORTE [2]



ENTRETENIMIENTO [3]



MODA Y BELLEZA [3]



Var. % interanual Var.% respecto al mismo mes e 2019 (eje derecho)

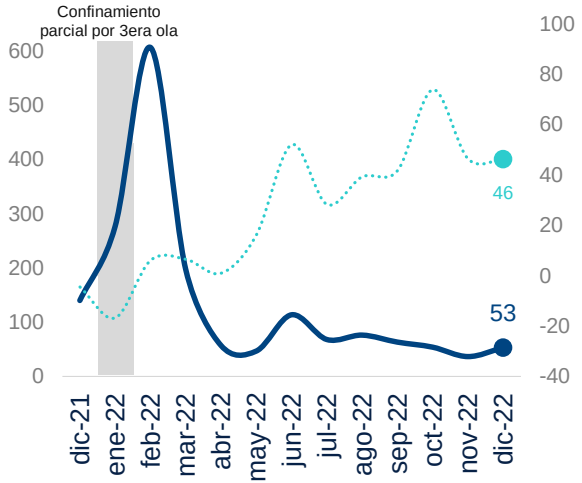
1: Información al 31 de diciembre de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.
2: Incluye compra de combustible, gasto en transporte público y taxis, mantenimiento de autos, y otros.
3: Incluye moda, joyería y accesorios, productos de belleza, y salones de belleza y spa.
Fuente: BBVA

Gastos en Excursiones y Viajes ganaron dinamismo, en tanto que en Alojamiento se mantuvo en terreno negativo

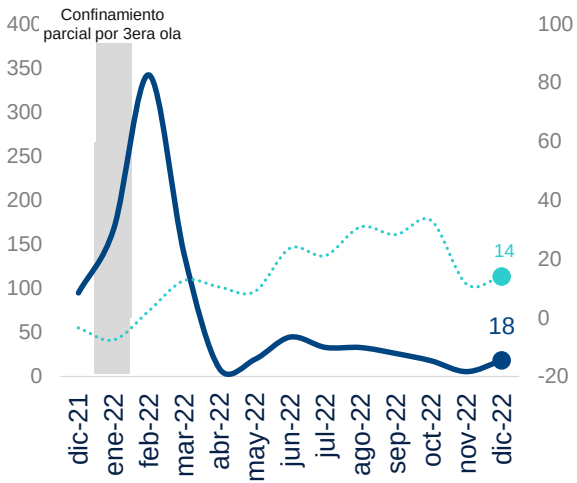
COMPRAS CON TARJETAS [1]

(VAR. %, EN TÉRMINOS REALES)

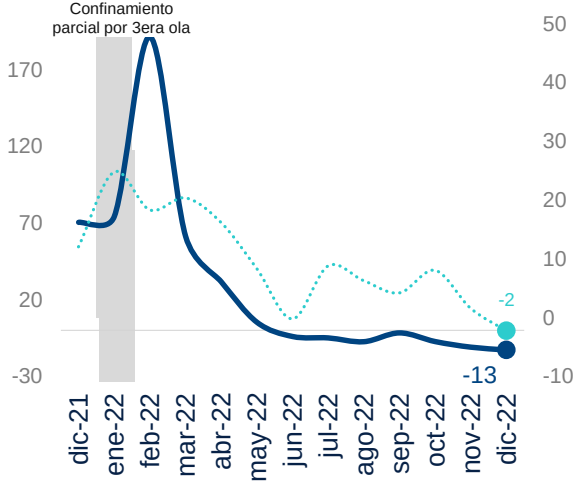
EXCURSIONES (TOURS)



VIAJES (PASAJES)



ALOJAMIENTO



Var. % interanual

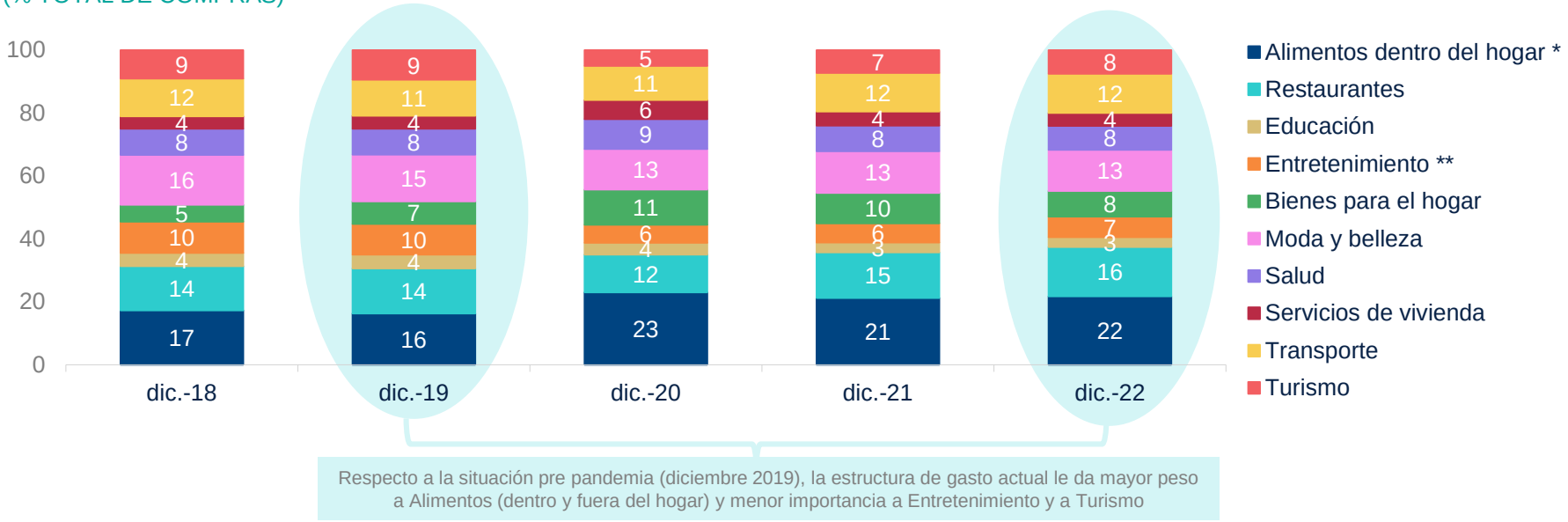
Var.% respecto al mismo mes e 2019 (eje derecho)

1: Información al 31 de diciembre de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.
Fuente: BBVA

Considerando la participación, respecto al año previo, creció la importancia del gasto relacionado a Alimentos, Entretenimiento y Turismo, en tanto que se redujo en Bienes para el Hogar

COMPRAS CON TARJETAS SEGÚN CATEGORÍA DE BIENES O SERVICIOS [1]

(% TOTAL DE COMPRAS)

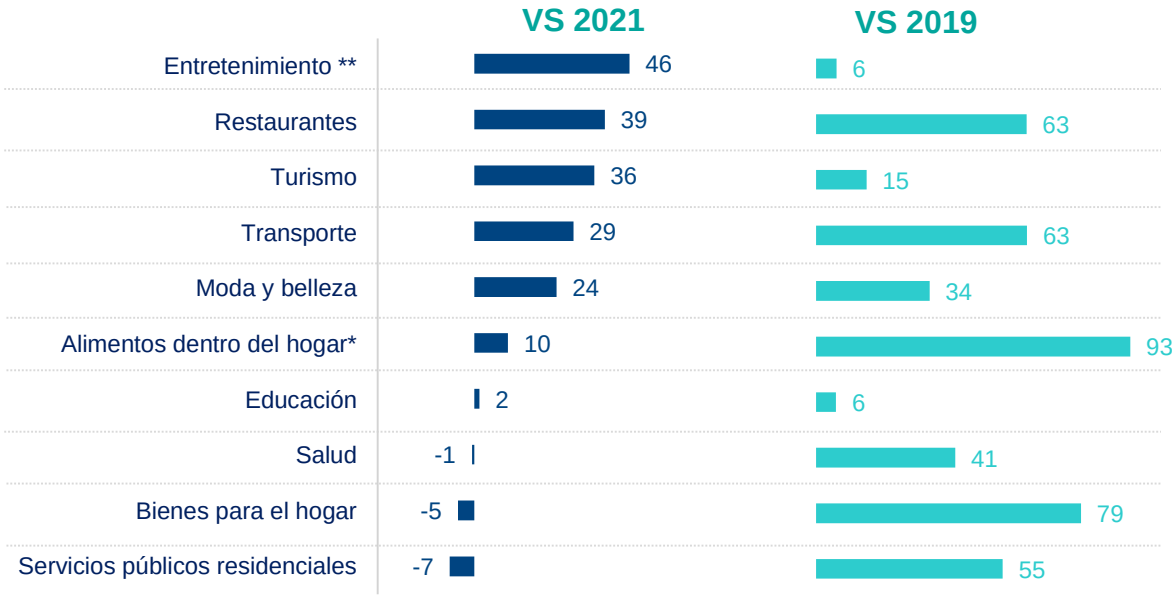


1: Información al 31 de diciembre de 2022. No considera pagos legales y de tributación, pagos financieros, EPS y seguros. Para obtener la información con frecuencia diaria, revisar aquí.
* Incluye supermercados, panaderías, licorerías, y otros.
** Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión
Fuente: BBVA

Gasto anual de 2022 en Entretenimiento, Restaurantes y Turismo fueron los más dinámicos. Todos los grupos principales de gasto ya recuperaron sus niveles pre-pandemia

COMPRAS CON TARJETAS: 2022[1]

(VAR. % ANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



- Gasto en Entretenimiento y Turismo tienen tasas de crecimiento interanuales altas, y aún cuentan con espacio para seguir creciendo respecto a la situación pre pandemia.
- Resalta el crecimiento del gasto en Restaurantes que continúa con un buen dinamismo interanual, a pesar de ubicarse muy por encima de niveles pre pandemia.
- Gasto en Alimentos dentro del Hogar y en Bienes para el Hogar tienen una variación interanual moderada, pero se ubican ya muy por encima de la situación pre-pandemia.

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 31 de diciembre de 2022. La corrección por inflación se realiza con el IPC de Lima Metropolitana.
* Incluye supermercados, panaderías, licorerías, y otros.
** Incluye gasto en bares y discotecas, casinos y loterías, cine, teatro y espectáculos, clubs, deporte y gimnasio, museos, suscripciones de entretenimiento y parques de diversión.
Fuente: BBVA

BBVA Research

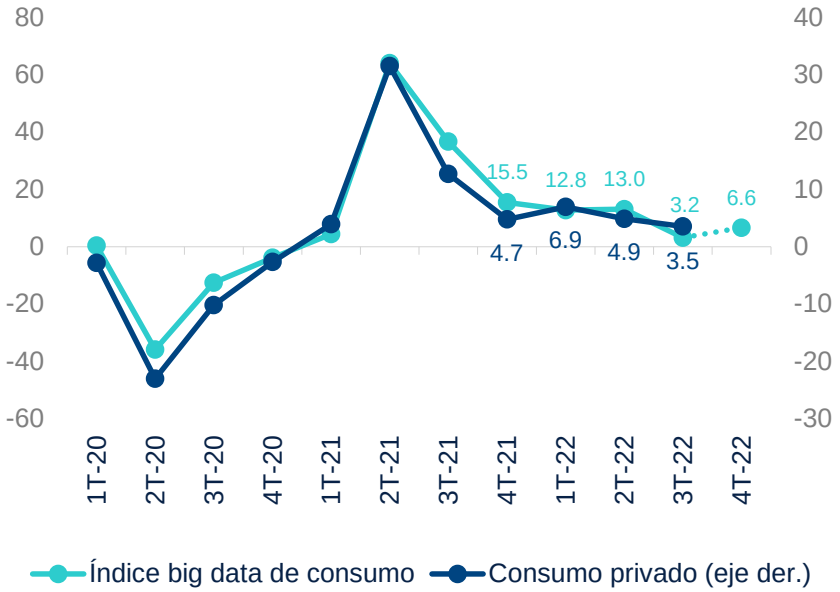
03

Índice Big Data de Consumo y Consumo Privado

En el cuarto trimestre, el Índice Big Data de Consumo BBVA para Perú mostró una aceleración respecto del trimestre anterior

CONSUMO PRIVADO E ÍNDICE BIG DATA DE CONSUMO [1]

(VAR. % INTERANUAL, EN TÉRMINOS REALES)



- El indicador de consumo de BBVA Research apunta a que el gasto que realizan las familias mejoró en el cuarto trimestre de 2022.
- Los retiros adicionales de CTS (depositados en noviembre) dieron algún soporte al consumo.
- Pero de otro lado, la elevada inflación seguirá afectando la capacidad de compra de las familias. Así mismo, las mayores tasas de interés darán un castigo adicional al consumo.

1: El indicador BBVA de Consumo agrupa la información de compras con tarjetas y los retiros de efectivo. Información al 31 de diciembre de 2022.
Fuente: BCRP y BBVA

BBVA Research

Perú | Seguimiento al consumo con datos en tiempo real

Información al 31 de diciembre de 2022

Creando Oportunidades

Aviso Legal

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA en su sitio web www.bbvaresearch.com.